

生命保険会社等の契約内容確認活動の現状と評価

主任研究員 大沼 八重子

生命保険会社等が既契約者を全戸訪問し、支払該当の可否や契約内容を確認する契約内容確認活動（以下、「確認活動」という。）が開始されて、今年度で9年目を迎える。テレビCMで活動を謳う生命保険会社等もあり、確認活動は一般に周知がすすんでいるようである。当研究所では、確認活動を受けた生命保険契約者を対象に平成26年11月にアンケート調査^(注1)を実施した。その結果から現状等を一部紹介したい。

（注1）調査概要は次のとおり。

調査方法：インターネット調査

調査対象：生命保険会社等から平成19年以降、「営業担当者と面談して確認活動を受けた」とする生命保険契約者、全国20～69歳男女

サンプル数：1,037名（男性617名、女性420名）

調査時期：平成26年11月

年代構成：20～30代14.6%、40代31.0%、50代35.2%、60代19.3%

なお、複数社から確認活動を受けた契約者については、最も訪問回数の多い加入先に絞り回答を得た。

1. 確認活動の内容とその評価

「確認活動を受けた生命保険会社等」をみると、延べ32社にのぼっている。トップは大手生保で単独で32.5%を占める。以下、他の大手生保等が続き、上位4社で68.6%、上位8社で90.9%を占めている。

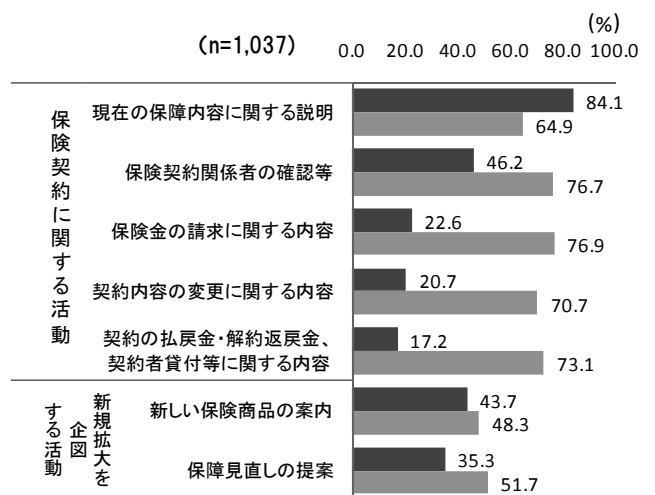
次に、確認活動の内容とその活動を受けた人による評価をみている。図表1は、確認活動の内容を、『保険契約に関する活動』5項目と『新規拡大を企図する活動』2項目に分類し、上段に各確認活動を受けた人の割合、下段にその活動に肯定的な評価を与えた人の割

合（「非常に良かった」「まあ良かった」の合計）を示したものである。

まず、『保険契約に関する活動』を受けた人の割合をみると、「現在の保障内容に関する説明」が84.1%と最も高く、契約内容に対する理解を深めてもらうための活動が確認活動の中心となっていることがわかる。次いで、「保険契約関係者の確認等」が46.2%、「保険金の請求に関する内容」「契約内容の変更に関する内容」「契約の払戻金・解約返戻金、契約者貸付等に関する内容」がそれぞれ2割前後となっている。

「現在の保障内容に関する説明」を他の活動と比べると、確認活動を受けた人の割合が

図表1 確認活動の内容とその評価（複数回答）



■ 上段：確認活動を受けた人の割合

■ 下段：確認活動に対する肯定的評価（「非常に良かった」+「まあよかった」合計）

（注）確認活動の内容には、「キャンペーン等の案内」「優待サービスやポイントサービスに関する内容」「年金・老後資金に関する内容」「公的介護保険・公的年金・健康保険に関する内容」「健康相談サービスに関する内容」「介護に関する内容」「相続・確定申告など税務に関する内容」が含まれていたが、サンプル数が少ないことから省略した。

最も高い。一方で、肯定的な評価を与えた人の割合は64.9%と比較的低くなっている。

また、『新規拡大を企図する活動』を受けた人の割合をみると、「新しい保険商品の案内」が43.7%、「保障見直しの提案」が35.3%となっており、確認活動とあわせて、募集行為領域の活動も展開されていることがうかがえる。ただ、『新規拡大を企図する活動』に対する肯定的な評価は5割前後に留まっており、『保険契約に関する活動』よりも、その評価は低くなっている。

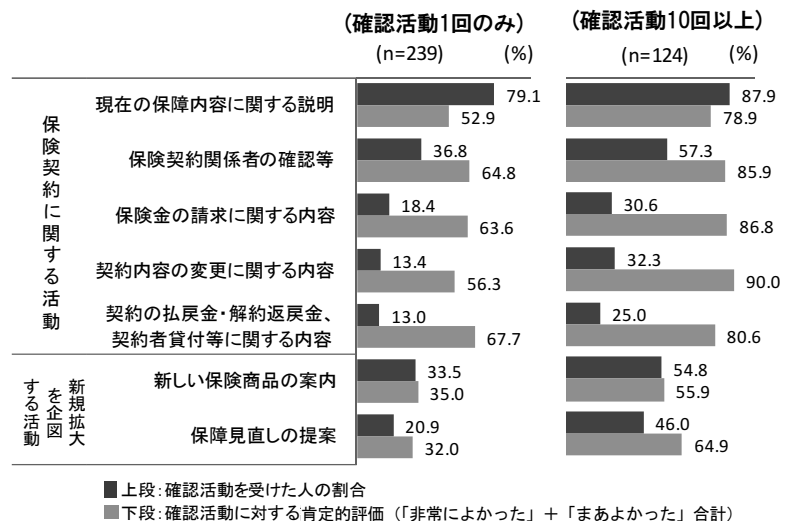
2. 経験回数の違いによる評価の変化

確認活動に対する評価が、経験回数の違いにより、どのように変化するかをみたものが図表2である。

確認活動の経験回数が「1回」と「10回以上」とで比較してみたが、各項目の肯定的評価は、「1回」に比べて「10回以上」が概ね20～30ポイント上回っている。特に、『保険契約に関する活動』5項目に対する肯定的評価は、「10回以上」で8割前後から9割の水準になっており、高い評価を得ていることがわかる。

ここで興味深いのは、「現在の保障内容に関する説明」の数値の変化である。前節で述べたように、「現在の保障内容に関する説明」は、“受けた人は多いが評価は低い”項目であった。しかし、「1回」と「10回以上」を比べると、確認活動を受けた人の割合の差（87.9－79.1＝8.8ポイント）よりも、肯定的評価を与えた人の割合の差（78.9－52.9＝26.0ポイント）の方が大きくなっており、肯定的評価の伸長が著しい。このことは、契約者が説明を繰り返し受けたことによって、活動に対す

図表2 経験回数の違いによる評価の変化（複数回答）



る評価が向上していることを示唆している。

その要因としては、継続的な活動により、契約者自身の保障内容に対する理解が深まったこともあるが、生命保険会社等に対する信頼度が高まったこともあるのではないだろうか。

また、「現在の保障内容に関する説明」と平仄をあわせるように、『新規拡大を企図する活動』に対する肯定的評価の割合も上昇している。これは、契約者自身の保障内容に対する理解度が向上したことによって、保障見直しの必要性が契約者に受け入れられた結果と見ることもできよう。

おわりに

平成28年5月末に施行予定の改正保険業法では、保険募集プロセスにおいて、意向把握義務や情報提供義務など保険募集人に対する説明義務が明文化されることが見込まれている。確認活動は改正保険業法のメインターゲットではないが、間接的な影響は及ぶものと考えられる。

確認活動の実態にどのような変化が生じるのか等、引き続き注視していきたい。